

Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних технологій, менеджменту, технологій та фізики
Кафедра економіки та управління бізнесом

Назва дисципліни	Статистика ринку товарів та послуг
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Викладач (і)	Оксана Степанівна Паламарчук
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмережі	https://rshu.edu.ua/121-personalii/1214-palamarchuk-oksana-stepanivna
Е-mail викладача:	oksana.palamarchuk@rshu.edu.ua
Посилання на освітній контент дисципліни в CMS Moodle (за наявності) або на іншому ресурсі	http://kibernetika.rv.ua/
Мова викладання	українська
Консультації	Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій

Цілі навчальної дисципліни

Мета: оволодіння здобувачами вищої освіти теоретичних знань та практичних умінь застосування статистичних методів при роботі з економічною інформацією, набуття професійних компетентностей для проведення статистичних досліджень функціонування ринку товарів та послуг.

Завданням навчальної дисципліни є формування знань та навиків для проведення статистичного аналізу поведінки покупців і продавців на ринку товарів та послуг, формування статистичних засад маркетингових досліджень.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Фахові компетентності:

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен

Р4.Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх

взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Статистика ринку товарів та послуг» значно підвищиться сукупністю знань, отриманих здобувачами вищої освіти при вивченні дисциплін «Економічний аналіз», «Основи маркетингу», «Інформаційні системи та технології».

Перелік тем

1. Теоретичні основи статистики ринку товарів та послуг
2. Статистичне вивчення кон'юнктури ринку
3. Статистичний аналіз конкурентного середовища ринку
4. Статистика товарообороту
5. Статистичне вивчення послуг

Рекомендована література та інформаційні ресурси

Базова

1. Бек В.Л. Теорія статистики : навч. посіб. В. Л. Бек. – К. : Центр учбової літератури, 2003. – 288 с.
2. Крамченко Л. І. Статистика ринку товарів та послуг : навч. посіб. 2-е вид., випр., доп. – Л. : Новий світ – 2000, 2011. – 295 с.
3. Н.М. Гаркуша, А.І. Бігдан, О.В. Прокопова. Статистика ринку товарів та послуг : навч. посіб. – К. : Знання, 2011. – 341 с.
4. Підгорний А.З., Самотоєнкова О.В. Статистика ринків : Навч. посіб. Одеса: 2014. – 408 с.
5. Рождественська Л.Г. Статистика ринку товарів і послуг : Навч. посіб. – К. : КНЕУ, 2005. – 419 с.
6. Статистика : навч. посібн. під ред. д.е.н., проф. О. В. Раєвської. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 520 с.
7. Статистика ринків : Підруч. для вищ. навч. закл. ДАСОА Держкомстату України; наук. ред. Н.О. Парфенцевої. К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2007. – 863 с.

Допоміжна

1. Єріна А. М. Організація вибіркового спостереження : навч. посіб. – К. : КНЕУ, 2004. – 127 с.
2. Лугінін О. Є. Статистика : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.]. – К. : Центр учбової літератури, 2005. – 580 с.

3. П.Г. Вашків, П.І. Пастер, В.П. Сторожук. Теорія статистики : навч. посіб. – К. : Либідь, 2001. – 320 с.
4. Тарасенко І.О. Статистика : навч. посіб. – К. : ЦУЛ, 2006. – 344 с.
5. Уманець Т. В. Статистика: навч. посібник. – К. : Вікар, 2003. – 623 с.

Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки бакалавра спеціальності 075 Маркетинг:
https://rshu.edu.ua/images/osvitni_programi/osv_prog_bak_075_marketing_2021.pdf
2. Сайт кафедри економіки та управління бізнесом: <http://www.ekibernetika.org.ua>.
3. Платформа електронного навчання кафедри економіки та управління бізнесом
<http://kibernetika.rv.ua/>
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Репозитарій РДГУ. URL: <http://repository.rshu.edu.ua/>
6. OSVITA.UA. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/
7. Навчальні матеріали онлайн. URL: <https://pidruchniki.com>
8. Он-лайн бібліотека для студентів. URL: <https://www.twirpx.com/>

Технічне й програмне забезпечення / обладнання

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для:

- комунікації та опитувань;
- виконання домашніх завдань;
- виконання завдань самостійної роботи;
- проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

Види та методи навчання і оцінювання

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання*	Методи оцінювання результатів навчання**
ЗК3.	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу	P4.	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	MН1 MН2 MН3 MН5 MН6	MO2 MO4 MO9 MO10
		P5.	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	MН1 MН2 MН3 MН5 MН6	MO2 MO4 MO9 MO10
ЗК5.	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків	P10.	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні	MН1 MН2 MН3 MН5 MН6	MO2 MO4 MO9 MO10

			варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.		
		P11.	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	MH1 MH2 MH3 MH5 MH6	MO2 MO4 MO9 MO10
		P12.	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	MH1 MH2 MH3 MH5 MH6	MO2 MO4 MO9 MO10
ЗК7.	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях	P7.	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	MH1 MH2 MH3 MH5 MH6	MO2 MO4 MO9 MO10
		P13.	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	MH1 MH2 MH3 MH5 MH6	MO2 MO4 MO9 MO10
ЗК9.	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій	P7.	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	MH1 MH2 MH3 MH5 MH6	MO2 MO4 MO9 MO10
СК7.	Здатність визначати вплив функціональних	P5.	Виявляти й аналізувати ключові характеристики	MH1 MH2 MH3 MH5 MH6	MO2 MO4 MO9 MO10

	областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів		маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.		
		P6.	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	MН1 MН2 MН3 MН5 MН6	MO2 MO4 MO9 MO10
СК10.	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності	P5.	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	MН1 MН2 MН3 MН5 MН6	MO2 MO4 MO9 MO10
		P9.	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	MН1 MН2 MН3 MН5 MН6	MO2 MO4 MO9 MO10
		P10.	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	MН1 MН2 MН3 MН5 MН6	MO2 MO4 MO9 MO10

* MН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); MН2 – практичний метод (лабораторні та практичні заняття); MН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); MН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); MН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); MН6 – самостійна робота (розв'язання програмних завдань); MН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

** MO1 – екзамен; MO2 – усне або письмове опитування; MO3 – колоквіум; MO4 – тестування; MO5 – командні проекти; MO6 – реферати, есе; MO7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень; MO8 – студентські презентації та виступи на наукових заходах; MO9 – захист лабораторних і практичних робіт; MO10 – залік.

**Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни
«Статистика ринку товарів та послуг»**

Поточне тестування та самостійна робота					Сума
Змістовий модуль 1					
T1	T2	T3	T4	T5	100
15	15	15	15	15	
Модульний контроль – 25					

**Система та критерії оцінювання
у Рівненському державному гуманітарному університеті**

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань та умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
90–100	A	відмінно	здобувач вищої освіти (ВО) виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82–89	B	дуже добре	здобувач ВО вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує справи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)		
74–81	C	добре	здобувач ВО вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64–73	D	задовільно	здобувач ВО відтворює значну частину	Середній (репродуктивний)		

			теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих			
60–63	E	достатньо	здобувач ВО володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні	Середній (репродуктивний)		
35–59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано
0–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання лабораторних досліджень; оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка за ІНДЗ; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Залік виставляється за результатами поточного модульного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни.

Політика дисципліни

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного та лабораторного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнь на заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

Політика доброчесності

Здобувач вищої освіти, виконуючи самостійну або індивідуальну роботу, повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт

здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.